

平出張所における広報活動について

－フェイス to フェイス－

東北地方整備局 磐城国道事務所 平出張所

1. はじめに

当出張所は一般国道6号常磐バイパスと一般国道49号平バイパスの4車線化工事の監督業務を担当しており、それに関連した行政マネジメント活動として、主に以下の事柄を実施しています。

- I. 現場見学会〔ご近所型 体験型〕
- II. 広報誌の発行（事業技術をわかりやすく紹介、女性の視点で紹介）
- III. 工事現場における進捗状況等の掲示（住民の目線に立ったわかりやすい表現）
- IV. 工事現場の安全パトロール（点検対象を絞っ

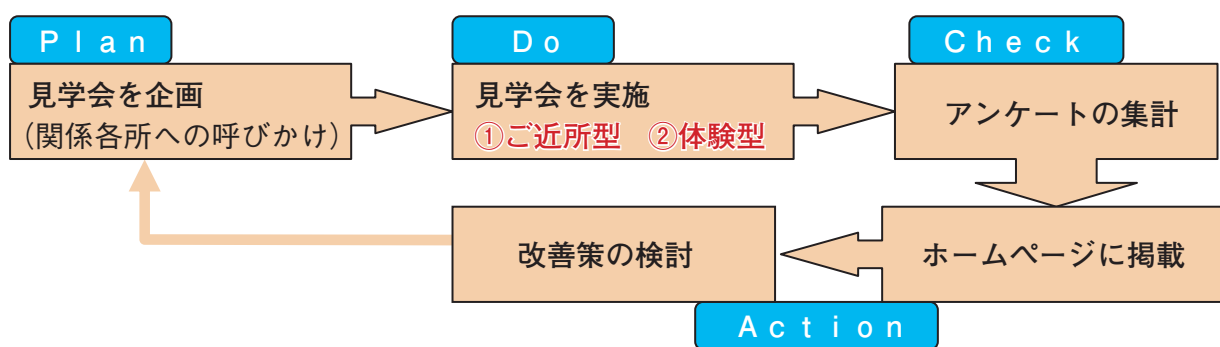
て行う等）

V. ワンポイント施工管理勉強会（毎週開催）

VI. 新技術の積極的な取り組み

今回は上記のうち“現場見学会”に的を絞り、主に平成18年度から行ってきた積極的な広報活動『フェイス to フェイス（顔の見える行政）』について、従来の現場見学会と比べてどんな利点があり、またどのように事業に反映されてきたのかを紹介していきます。

2. 現場見学会を通じた広報活動



図－1 平出張所における現場見学会の流れ

現場見学会とは“何の工事をしているのか？”“現場内でどんな作業をしているのか？”実際に知ってもらう手段の一つとして行われていると思いますが、当出張所ではさらに工事や道路事業への理解を深めてもらうため、1つの現場に対して①ご近所型現場見学会 ②体験型現場見学会の2つに分けて開催しています。特に①ご近所型現場

見学会は、対象者を現場周辺の方に限定して家庭的な雰囲気を出し、住民の声が聞こえやすい環境づくりをするよう心がけています。

このような見学会を行うにあたって重視しているのが、(1)積極的な声かけと(2)対話のできる環境づくりです。

(1) 積極的な声かけ

見学会への申し込みを待つだけでなく、こちらからも近隣住民や学校関係者に声をかけて見学会を企画しています。



写真-1 近隣住民への声かけ

現在、当出張所で施工監督している工事が住居地域内であるケースが多いため、近隣住民の協力は欠かせません。“自分の家の隣でどんな工事をしているのか？”知ってもらう事が必要であり、文書での回覧や直接訪問したりして見学会への参加を呼びかけています。こちらから行動を起こす姿勢が伝わることで、工事や行政を身近に感じてもらい、近隣での新たな工事や通行規制に対しても住民の協力や理解が得やすくなっています。

一方学校関係者に対する見学会の趣旨は近隣住民に対するものと違い、“参加者に対して事業のPRをする+広く一般向けにもPRしたい”ため、積極的に記者発表を行うようにしています。当日は単なる現場見学のみならず体験の場も用意することで、学生には楽しみながら見学してもらい、マスコミ関係者にはその様子を多数取材してもらっています。学生の生き生きとした様子が新聞やテレビにも放映され、結果として“学生の勉強に役立つ+道路事業のPR”にもつながっています。



写真-2 取材をうける学生

(2) 対話のできる環境づくり

ターゲットを絞って見学会を行うため、説明に対する理解が深まりやすく、質問や参加者間での議論等活発な意見が出やすくなっています。

特に地域住民に対しては、常日頃から監督職員や現場関係者が住民一人一人を意識して挨拶等の積極的な声かけを行っていることもあり、見学会当日も“顔なじみメンバー”で構成され、終始家庭的な雰囲気で行われます。ひととおり説明した後は、世間話をするように見学会が進行、何気ない会話の中に潜んでいる意見を拾い出す事で、住民の要望をいち早くキャッチし事業に反映することが可能となります。お互いに直接顔を見て会話するため事業側に対する安心感が生まれ、住居地域での施工にもかかわらず大きな苦情もなく順調に工事が進んでいます。

当初はなかなか対話するまでに至らなかった住民との距離も、見学会等の“普段着のお付き合い=フェイス to フェイスによる対応”を通じて徐々に縮まり、後日住民の皆さんの方から声をかけていただいて時には地域の歴史を教えていただくといった事もあり、信頼関係を構築、住民と事業側との一体感を創出しています。



図-2 写真を主体とした説明資料



住民から質問を受けている様子



家庭的雰囲気の見学会の様子



近隣の子供会が参加したときの様子

写真-3 ご近所型現場見学会



鉄筋に触れてみる



レンチによる橋桁のボルト締め



コンクリートをつくる

写真-4 体験型現場見学会～工業高校・工業高等専門学校生徒さん

表-1 現場見学会終了後のアンケート結果 (H18～20)

質問事項	近隣住民 (回答者 54 名)	学生 (回答者 113 名)
【見学会参加 (前)】 この事業を必要だと思えますか？ (初めて知った場合除く)	74%	50%
②この事業を不要だと思えますか？	13%	18%
③この事業を初めて知りましたか？	13%	32%
【見学会参加 (後)】 ①この事業を必要だと思えましたか？	100%	97%
②工事に関する技術面での理解が深まりましたか？		86%

◆現場見学会で得られた主なご意見

〈近隣住民〉

- ・近くに住んでいるが、こんな大規模な工事とは現場に入るまで分からなかった。
- ・昨日は工事の音が気になったが、20年前と比べるとだいぶ静かで大丈夫。
- ・工事の振動はあるが我慢している。今日は現場が見られて良かった。
- ・鉄筋の多さにビックリしたが、これなら地震が来ても大丈夫だと思った。
- ・実際に工事の規模を見ると、多少の音は仕方がないと思った。

〈学生〉

- ・見学だけでなく様々な体験があって楽しかった。
- ・授業で習ったことが実際の現場で確認できて勉強になった。
- ・通学等で良く目にしていた現場を見ることができて良かった。
- ・将来は土木関係の仕事に就きたい、同じ職場で働きたい。
- ・住民と一緒に造っている感じがした。

表-1のアンケート結果をみると、見学会に参加する前と後では事業に対する印象が大きく変化しているのがわかります。この事業を初めて知った人の割合についても、近隣住民・学生ともに少なく、特に近くに住んでいない学生でも半数以上が“工事をしている事”は以前から知っていたようです。しかし、“どんな工事なのか?”という話になると、近隣住民でさえわからないという人が多く、町内回覧や案内看板で周知するといった一方通行のやり方だけでは限界があると感じました。外から眺めているだけでは工事に対して誤解や時には不信感が募る原因になりかねません。やはり、実際にナマの現場を見てもらうことが一番伝わりやすく、参加者からは「参加して良かった」「興味が持てた」等ご意見をいただき、大多数の方から事業の必要性をご理解いただいています。

(3) フェイス to フェイスによる活動で得られた住民の声と対応

実際に、現場見学会や住民のお宅を何度か訪問した際に得られたご意見とその後の対応について、3つほど紹介します。

a) 本格工事着手前の要望

本格的に工事に着手する前に、説明のため自宅を訪問した際に「防犯上、工事区域を囲む板堀にスリット（透明板）を設けて見通しを良くしてほしい」とのお話しを受けました。

以前この近辺で工事があった際に、現場を囲うために設置した板堀の所が学生のたまり場ようになってしまい、時には落書きをされたこともあったため、かなり心配する声が聞こえました。施工業者や区長等と相談の結果、要望のあったスリットを設け、さらに住宅に密接している所は、通常より狭い間隔でスリットを設置し、夜道も通りやすいようにライトも取り付けました。

その後、夜道も通りやすいし、防犯上のトラブルもないとのお言葉をいただき、住民と事業側との一体感“みんなで考えた”事例です。



写真-5 住宅地周辺の狭い間隔のスリット(透明板)

b) 橋脚工事に伴う、土の掘削作業時の要望

事業説明等で何度かお宅を訪問したり見学会でお話をしているときに「騒音は大丈夫だが、バックホー作業時の機械移動に伴う振動が時々ある。何か対策を考えてほしい。」と要望されました。

施工業者とも相談した結果、対策としてバックホーをワンランク上の大きさに変更し、移動回数を減らすようにしました。また、住民に振動状況をヒアリングしながら、連続作業時には休憩を多く取るようにし、その後、住民の方からは「振動

はあるが、以前より良くなった」とのご理解をいただけています。

このように、小さな不満に早めに気づくことで大きな苦情とならず、迅速に対策を講じることができた事例といえます。

c) 騒音や埃に関する要望

こちらでも何度か事業説明等でお宅を訪問した際に「住宅のすぐ向かいで工事しているため、騒音や埃が気になる。軽減するための何か良い対策はないだろうか」と要望されました。

施工業者とも相談した結果、足場を防音シートで囲み、埃に関しては定期的な散水を行うようにしました。ちょっとした工夫とこまめな対応により、その後大きな苦情もなく工事を進めることができました。



写真-6 足場をシートで囲っている様子

(4) 見学会の様子を広報誌に掲載

平出張所ではおおよそ月1回広報誌を発行しており、それを各現場にある住民向け掲示板やホームページ上に掲載しております。

現場見学会の様子についても頂いたアンケート結果を取りまとめて掲示しており、広く一般向けに発信したり各現場関係者との情報の共有化に大いに役立っています。掲載することで、現場からは“常に見られているという緊張感がある”“士気向上にも繋がる”といった声が聞こえてきます。



図-3 広報誌「平出張所NOW！」



写真-7 現場にある掲示板を見ているご近所の方々

3. おわりに

当出張所の広報活動について現場見学会を中心に述べてきましたが、今回紹介したものは一例であり、アンケート結果や周りの意見を踏まえながら様々な方法を模索しているところです。

ご紹介したフェイス to フェイスによる取り組みは今年度で3年目を迎えています。徐々に地域

にも浸透して、住民の声が多数聞こえるようになり、迅速かつ的確に事業に反映していくことが可能となってきました。頂いたご意見は同条件の他地区の工事にも反映し、またこれから行う工事についてもこの取り組みを採用し、住民と一緒に進めていけたらと考えています。